

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Українська Л.О., д.е.н., професор (ХНЕУ)

Узагальнено теоретико-методичні основи укріплення конкурентної позиції залізничних підприємств при наданні послуг з перевезень, виділено основні напрямки формування конкурентних переваг в умовах глобалізації ринкового середовища.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентна позиція, якість залізничних перевезень, маркетингова стратегія.

### **Постановка проблеми та її зв'язок з науковими і практичними завданнями.**

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найбільш загальних економічних категорій, що може використатися для різних способів виробництва в будь-яких умовах господарювання. Забезпечення конкурентоспроможності є критерієм доцільності утворення нових і реконструкції діючих підприємств, створення нових видів продукції й послуг, здійснення інвестиційних процесів, розробки й впровадження нової техніки, реалізації заходів щодо вдосконалення організації виробництва, управління, поліпшенню умов праці тощо. В тому числі сказане стосується організації і підвищення ефективності залізничних перевезень.

### **Аналіз останніх досліджень та виділення невирішених частин загальної проблеми.**

Проблемам формування конкурентоспроможності як найважливішого чинника сталого розвитку підприємств, та зокрема виявленню напрямів забезпечення стійкої конкурентної позиції залізничних підприємств присвячено значну кількість наукових досліджень, так з точки зору С. Кульчицького, конкуренція природно походить з ринкових умов і, одночасно з цим, виступає необхідною умовою існування та розвитку ринкового механізму [2]. В.В. Селезньов вважає, що конкуренція є неодмінною умовою функціонування ринкового механізму, що спонукає підприємства до постійного настроювання та переорієнтації виробництва на задоволення наявного споживчого попиту, а через нього – на вивчення існуючих та виникаючих потреб для створення нових високоякісних товарів [4, с.393]. Крім того, завдяки конкуренції створюється дійова перешкода будь-яким формам зловживання сприятливим ринковим положенням. Р.А. Фатхуддінов зазначає, що конкуренція є головним інструментом економії усіх видів ресурсів в процесі задоволення людських потреб [5, с.222].

За думкою О.Г. Кірдіної, головною характеристикою інтенсивності ринкової конкуренції є конкурентність ринку, яка визначається усією сукупністю учасників ринку і характером зв'язків між цими учасниками [1]. Проте низка проблем, пов'язаних з об'єктивною необхідністю підвищення

рівня конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту, яка обумовлена поглибленням світогосподарських зв'язків та необхідністю врахування особливостей функціонування в глобалізованому конкурентному економічному середовищі потребують уваги, що підтверджує актуальність даної статті.

**Метою даної статті** є теоретичне обґрунтування основних напрямів формування конкурентоспроможності залізничних перевезень в умовах глобалізованого ринкового середовища.

### **Виклад основного матеріалу.**

Конкурентоспроможність підприємства є відображенням його позиції у конкурентному змаганні з іншими учасниками ринку, відбиттям наявності вагомих порівняних переваг над ними. Необхідність досягнення стійких конкурентних переваг підприємства над суперниками-конкурентами безпосередньо пов'язане з ринковою конкуренцією. Загострення конкурентної боротьби за будь-які умови неодмінно призводить до підвищення значущості забезпечення конкурентоспроможності підприємства, формування стійких конкурентних переваг.

Конкурентне суперництво є невід'ємною складовою функціонування ринкового механізму, важливою умовою неухильного підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечення удосконалення господарсько-комерційних зв'язків підприємства в умовах подальшої глобалізації світового ринку. Конкуренція виступає найважливішим механізмом забезпечення ефективності, пропорціональності і динамічності ринкової економіки на національному і міжнародному ринках і одночасно мотивує підтримання конкурентоспроможності підприємств [3, 5].

Включення вітчизняних підприємств у конкурентні процеси на світовому ринку безсумнівно ускладнюють завдання підтримання їх конкурентної позиції і, одночасно, є поштовхом до розвитку, до здійснення перетворень, адекватних гармонійній участі у світогосподарських зв'язках. Такі завдання, пов'язані із забезпеченням якості і конкурентоспроможності послуг з перевезення вантажів залізничним транспортом, стоять і перед

залізничними підприємствами, які виконують функції по сприянню безперервного протікання багатьох виробничих і відтворювальних процесів [1].

Залізничні вантажні перевезення є одними з самих надійних і економічних видів вантажного транспорту. Основою формування конкурентних переваг залізничного транспорту є: можливість перевезення різних партій, в тому числі великих вантажів не зважаючи на погодні умови; забезпечення відносно швидкої та безперервної доставки вантажу на значні відстані; регулярність перевезень; відносно низька собівартість перевезень. Разом з тим, надання такої послуги має одну істотну відмінність, а саме відсутність можливості поставити вантажів до місць, до яких не доходить залізнична колія. Тому залізничний транспорт повинен часто доповнюватися іншими видами транспорту.

До сфери виконання головних функцій забезпечення конкурентоспроможності залізничних перевезень, перш за все, належить визначення і порівняльний аналіз ефективності господарювання, встановлення наявних релевантних параметрів надання послуги та її складових-підсистем, виявлення формалізованих залежностей між різними об'єктами, обґрунтування складу резервів збільшення продуктивності та розробка шляхів раціонального застосування зазначених резервів [2].

Найважливішою вимогою щодо успішного розв'язання низки зазначених завдань є розбудова цілісного механізму оцінки ефективності господарювання, стрижневою складовою якої має бути дослідження результативності та ефективності використання складного комплексу ресурсів для формування оригінальних конкурентних переваг залізничної послуги впродовж усієї послідовності ланцюжка створення нової вартості. Основними елементами цієї системи виступають нормативне забезпечення й організаційна структура господарської діяльності.

До складу головних принципів формування конкурентних переваг слід віднести наступні:

- цілеспрямованість (мета здійснення залізничних перевезень складається в ефективному переміщенні відповідних вантажів, одержання прибутку від господарської діяльності);

- орієнтація на споживача (найважливіший критерій ефективності діяльності підприємства – повне задоволення потреб у перевезеннях споживачів-замовників послуги, забезпечення їх комплексом засобів для задоволення визначених потреб);

- оптимальність вибору варіанту розподілу та використання ресурсів залізничного підприємства (відповідно до вимог критерію Парето);

- адаптивність (приспосовування різних аспектів здійснення послуги до зміни умов зовнішнього оточення підприємства);

- єдність і взаємозв'язок (ефективне управління господарською діяльністю вимагає

оптимального поєднання тактики й стратегії, комплексного сполучення заходів щодо активного пристосування внутрішнього середовища підприємства до вимог ринкового оточення із цілеспрямованим впливом на ринок);

- орієнтація на забезпечення довгострокового характеру результатів господарювання через здійснення заходів щодо постійного оновлення виробництва, розробки нових видів продукції для забезпечення стабільної конкурентоспроможності підприємства й вироблених товарів.

Виходячи із необхідності дотримання цих принципів можна виділити наступні параметри якості залізничного транспорту: час перевезення вантажу, безпека вантажу, точність у дотриманні всіх умов відповідних господарських договорів.

Всі названі параметри одночасно формують і напрямки формування конкурентних переваг, а саме: комерційна швидкість переміщення вантажів є важливим чинником споживчого вибору транспортних засобів щодо забезпечення логістичного ланцюжка у власному виробництві; від забезпечення безпеки під час перевезень залежать втрати замовників від пошкодження вантажів під час перевезень; точність надання послуги означає своєчасне, повне та беззастережне виконання відповідних договорів та господарських угод.

Про значення останнього параметру якості перевезень свідчить те, що витрати, пов'язані з невисокою точністю перевізних послуг, позначаються в значній мірі на економічному результаті діяльності залізничного сектора. Залізничні підприємства та оператори комбіновано транспорту не можуть отримати нових замовлень на перевезення вантажів і можуть навіть втратити зарекомендування на користь інших видів транспорту. Можливі наслідки слабких результатів з перевезень - це втрачені надходження, неефективне використання персоналу та майна, а також підвищені претензійні вимоги клієнтів.

Конкурентоспроможність залізничного транспорту повинна розвиватися, в тому числі, і в напрямку поліпшення вищезазначених параметрів якості. Рекомендуються також заходи, спрямовані на повне задоволення потреб клієнтів залізничного транспорту. В даному аспекті конкурентоспроможність можна підвищити за рахунок: впровадження систем, які підтримують управління перевезеннями і дозволяють ефективно використовувати ресурси (рухомий склад, навантажувальні транспортні одиниці, персонал); впровадження систем, що дозволяють відслідковувати вагони та вантажі, а також передавати клієнтам інформацію про їх стан.

Об'єктивна оцінка конкурентних переваг підприємства та реальних можливостей їх ефективного використання в сфері забезпечення конкурентоспроможності є необхідною умовою та

найбільш важливою обставиною, що визначає вибір маркетингової стратегії, як найважливішого інструменту формування конкурентоспроможності перевезень. При проведенні подібних оцінок беруться в увагу особливості організаційної структури, система управління і процедури контролю за реалізацією стратегії, прийняті на залізничному підприємстві; стиль управління і прийняття рішень; можливості кадрового потенціалу й т.ін. Стратегічний вибір формується також під впливом об'єктивних оцінок загальної конкурентної ситуації. Сформована маркетингова стратегія зовнішньо-економічної діяльності повинна конкретизуватися в певних кількісних величинах. При цьому визначальне значення будуть мати аналогічні показники в діяльності конкурентів. Таким чином, у процесі прийняття рішень про вибір стратегії маркетингу підприємству слід постійно враховувати можливості конкурентів і зміни в стратегії конкурентної боротьби [5].

В умовах жорсткої конкуренції для залізничного підприємства великого значення набуває можливість одержувати своєчасну, корисну і достовірну інформацію про конкурентну ситуацію на національному та міжнародному ринках, що утрудняється обмеженістю вільних фінансових ресурсів у національних суб'єктів господарювання. Крім того, пасивне ставлення до проведення маркетингових досліджень пояснюється відсутністю яких-небудь методик щодо визначенню мінімальної ефективності комплексу маркетингу.

Необхідно відзначити, що класичний маркетинг не припускає проведення глибоких досліджень конкурентів. Проводиться тільки просте їх ранжирування за широтою асортименту, зовнішніми перевагами, характеристиками якості, цінами та системами просування продукції.

Однак необхідність вирішення основної задачі стратегічного маркетингу – прогнозування зміни ситуації через визначений період часу, підкріплена високою мінливістю та динамічністю закордонних ринків, вимагає досить докладного вивчення конкурентів, що неможливо без формування відповідної системи маркетингової інформації [2, 4].

У глобальній галузі конкурентоспроможність залізничних підприємств та послуг, які вони надають, в середині країни залежить

від конкурентоспроможності в інших країнах. Особливо інтенсивна конкуренція відбувається в країнах, де залізниця має великі обсяги продажів і де її присутність стратегічно необхідна для зміцнення конкурентних позицій не тільки в галузі перевезень, а і для забезпечення безперебійного функціонування багатьох галузей виробництва. При глобальній конкуренції залізничні підприємства повинні зміцнювати свої позиції, розповсюджуючи свої послуги в інших країнах світу; конкурентна перевага, створювана на внутрішньому ринку, доповнюється перевагами, створюваними закордоном (надання послуги в інших країнах, передача досвіду і навичок з однієї країни в іншу, обслуговування мультинаціональних клієнтів, репутація бренду тощо).

**Висновки.** Конкуренція виступає найважливішим механізмом забезпечення ефективності, пропорційності і динамічності ринкової економіки на національному і міжнародному ринках і одночасно мотивує підтримання конкурентоспроможності підприємств. Конкурентоспроможність залізничного транспорту повинна розвиватися, в тому числі, і в напрямку поліпшення параметрів якості надання послуг/перевезень. Глобальні переваги підприємства прямо залежать від його конкурентних переваг на національному ринку.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кірдіна О.Г. Методологічні аспекти інвестиційно-інноваційного розвитку залізничного комплексу України: монографія / О.Г.Кірдіна. – Харків: УкрДАЗТ, 2011. – 312 с.
2. Кулицький С. Економічна ситуація на залізничному транспорті України: стан і перспективи / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2009. - № 1. – С. 26-39.
3. Ринки / Упоряд., авт. вст. ст. А.А. Чухно. – К.: Україна, 1995. – 448 с.
4. Селезнев В.В. Основы рыночной экономики Украины: Учебное пособие. – К.: А.С.К., 1999. – 544 с.
5. Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.

**Аннотація.** Обобщены теоретико-методические основы укрепления конкурентной позиции железнодорожных предприятий при предоставлении услуг по перевозкам, выделены основные направления формирования конкурентных преимуществ в условиях глобализации рыночной среды.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентная позиция, качество железнодорожных перевозок, маркетинговая стратегия.

**Summary:** Generalized theoretical and methodological framework to strengthen the competitive position of the railway undertakings in the provision of transportation, and the main directions of the formation of competitive advantage in a globalized market environment.

**Keywords:** competitiveness, competitive position, the quality of railway transportation, marketing strategy.

*Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Токмакова І.В.*